

ЗВІТ
про результати опитування здобувачів вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 Маркетинг за
освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
Львівського національного університету природокористування

В період з травня до червня 2022 року кафедрою міжнародних економічних відносин та маркетингу Львівського національного університету природокористування було проведено опитування здобувачів вищої освіти за ОП «Маркетинг» ОС «Бакалавр».

В опитуванні взяло участь 17 здобувачів вищої освіти, які навчаються за ОПП «Маркетинг».

Результати анкетного опитування використовуються для удосконалення ОПП здобувачів вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня, а також для покращення організації навчання. Анкетне опитування здобувачів є виключно анонімним. Опитування проводиться за розробленою анкетною, яку конвертовано в Google-форму та надіслано на скриньки здобувачів освіти із відповідним посиланням.

Анкета-опитувальник складалась з 15 питань, результати відповідей на які подано нижче.

На запитання про те, наскільки вибір спеціальності, за якою Ви навчаєтесь, відповідає Вашим пріоритетам та інтересам:

- 29,4% вказали, що відповідає повністю;
- 47,1% зазначили, що переважним чином відповідає;
- 17,6% вказали, що відповідає частково;
- 5,9% зазначили, що не відповідає.

Результати відповідей на запитання №1 виявили високий рівень відповідності (повністю та переважним чином) спеціальності пріоритетам та інтересам здобувачів.

На запитання стосовно того, чи задоволені здобувачі вищої освіти за відповідною спеціальністю характером навчального процесу:

- 41,2% відповіли, що задоволені повністю;
- 41,2% зазначили, що переважним чином задоволені;
- 11,8% вказали, що задоволені лише частково;
- 5,8% відповіли, що не задоволені.

Відповіді здобувачів вищої освіти на запитання №2 вказують на сумарно високий рівень повної та часткової задоволеності студентів

характером навчального процесу за спеціальністю «Маркетинг», втім майже кожен восьмий студент прагнув би скоригувати власну навчальну траєкторію.

На запитання про те, як би студенти оцінили якість отримуваної ними освіти:

52,9% охарактеризували її як відносно високу;

35,3% вказали на її достатню якість;

5,9% зазначили, що вони вважають відповідну якість посередньою;

5,9% вважають цю якість низькою.

Відповіді здобувачів вищої освіти на дане запитання виявили, що більшість з них високо оцінює якість навчального процесу, у якому бере участь, при тому переважна більшість схильна вважати таку якість високою або достатньою.

На запитання про те, як би Ви оцінили перспективу Вашого працевлаштування за спеціальністю, враховуючи характер навчального процесу та якість освіти:

47,1% оцінили таку перспективу з високою ймовірністю відповідного працевлаштування за спеціальністю;

29,4% зазначили, що хоча така перспектива ймовірна, але вони вбачають для себе наявність інших, привабливіших, альтернатив;

17,6% визначили таку перспективу як малоімовірну;

5,9% вказали, що така перспектива, на їхню думку, практично відсутня (неймовірна).

Результати відповідей здобувачів вищої освіти на запитання №4 показують наявність позитивних очікувань та оцінок здобувачів стосовно можливого працевлаштування за отримуваною спеціальністю, проте умови економічного макросередовища не можуть не вчиняти впливу на очікування студентів.

На запитання про можливу оцінку рівня викладання дисциплін спеціальності викладачами:

58,8% вказали на високий рівень такого викладання;

35,3% зазначили, що даний рівень є достатнім;

5,9% відповіли, що вважають цей рівень низьким.

Відповіді на запитання №5 свідчать про високу та/або схвальну оцінку з боку здобувачів спеціальності рівня викладання навчальних дисциплін. Кількість незадоволених рівнем викладанням з числа здобувачів є відносно невеликою.

На запитання про наявність недоліків у навчальному процесі, зауважених здобувачами:

58,8% вказали, що очевидних недоліків у навчальному процесі вони не зауважили;

17,6% вказали таким недоліком зовелику кількість навчальних дисциплін;

17,6% зазначили, що таким недоліком є зовелика кількість пар;

17,6% відповіли, що недоліком є недостатня зосередженість навчального процесу на дисциплінах спеціальності;

5,9% зазначили, що недоліком є надмірна зосередженість навчального процесу на дисциплінах спеціальності;

23,5% вказали, що навчання, на їхню думку, занадто віддалене від практичних аспектів спеціальності.

В анкеті-опитувальнику було передбачено, що відповідей на запитання №6 могло бути кілька. При тому більшість здобувачів не зазначили про недоліки у навчальному процесі, а серед меншості, яка їх виявила та для себе диференціювала, у переважній більшості було вказано на велику кількість пар та дисциплін, а також на недостатню частку дисциплін спеціальності і практичної складової у навчальному процесі.

На запитання про те, наскільки важливою студенти вважають самостійну роботу під час навчального процесу:

37,5% зазначили, що вважають її рівноцінною іншим видам навчального процесу;

31,3% вказали, що вона менш важлива, аніж лекції;

31,3% відповіли, що вона менш важлива, аніж практичні/лабораторні роботи.

Відповіді студентів на запитання №7 вказують на дещо більшу зацікавленість з їхнього боку у роботі, що передбачає колективне здобування знань за допомогою таких форм навчального процесу, як лекції та практичні заняття. Очевидно, що такий стан справ потребує подальшої роботи для вдосконалення та повнішого сприйняття студентами вагомості самостійної роботи у навчальному процесі.

На запитання про залученість студентів до діяльності, яка не входить в обов'язковий навчальний план:

35,3% зазначили, що вони залучені до різних видів такої діяльності;

29,4% відповіли, що до такої діяльності вони не залучені;

5,9% відповіли, що, окрім навчання, вони залучені ще й до творчої діяльності;

5,9% вказали, що вони залучені до громадської діяльності;

5,9% зазначили, що вони залучені до наукової діяльності;

17,6% відповіли, що вони залучені до іншого виду діяльності, окрім безпосередньо навчального процесу.

Результати відповідей на дане запитання продемонстрували диверсифікованість інтересів студентів та високий рівень активності

здобувачів освіти, понад 70% з яких залучені до одного або кількох видів додаткової діяльності під час навчального процесу.

У відповідь на запитання, чи часто до навчального процесу залучаються спеціалісти-практики з предметів спеціальності:

47,1% зазначили, що так, але переважно у вигляді позааудиторних заходів – конференції, форуми, виступи, тренінги тощо;

35,3% вказали, що так, під час пар;

17,6% зазначили, що так, але недостатньо часто.

Відповіді на запитання №9 свідчать про те, що до проведення навчального процесу за освітньою програмою «Маркетинг», на думку здобувачів вищої освіти, доволі активно залучають спеціалістів-практиків, але дещо більше у позааудиторній формі, аніж навпаки.

На запитання про те, які навчальні дисципліни за освітньою програмою «Маркетинг», на думку здобувачів вищої освіти, найбільше сприяють належному оволодінню ними фахом (від 1 до 5):

17,7% вказали 1 дисципліну – «маркетинг»;

5,9% вказали 1 дисципліну – «логістика»;

11,8% вказали інші дисципліни, обравши по одній;

66,8% вказали від 3 до 5 дисциплін, серед яких найчастіше зазначали маркетинг, логістику, англійську мову, менеджмент та економіку.

Відповіді на запитання №10 вказують на важливість зазначених дисциплін для підготовки спеціалістів з маркетингу, на думку здобувачів вищої освіти.

У відповідь на запитання щодо дисциплін, які здобувачі вищої освіти вважали б за необхідне вивчати для кращого оволодіння фахом:

35,4% вказали по одній такій додатковій дисципліні;

46,9% вказали від 2 до 4 таких додаткових дисциплін, серед яких найчастіше фігурували англійська мова, менеджмент, логістика, а також зустрічались дипломатія, риторика, CRM-системи, креативний маркетинг, інтернет-маркетинг та рекламний менеджмент;

17,7% не конкретизували своїх пропозицій щодо таких дисциплін.

Відповіді на запитання №11 вказують на тенденцію до зростання важливості вивчення іноземних мов, зокрема англійської, дисциплін про відносини зі споживачами та суб'єктами міжнародних відносин при підготовці спеціалістів із сучасного маркетингу, на думку здобувачів вищої освіти.

На запитання щодо пропозицій стосовно шляхів можливого вдосконалення освітньої програми «Маркетинг»:

5,9% зазначили потребу активнішого залучення до навчального процесу спеціалістів-практиків з дисциплін освітньої програми «Маркетинг»;

5,9% вказали необхідність більш детально вивчати саме сучасний маркетинг;

29,5% не конкретизували своїх пропозицій з цього питання;

35,4% зазначили, що у них немає пропозицій щодо вдосконалення освітньої програми «Маркетинг»;

23,3% вказали на потребу частіших відвідин підприємств, які працюють у галузі маркетингу, та на збільшення пропорції практичних занять у навчальному плані.

Відповіді на запитання №12 демонструють бажання студентів швидше переходити до виконання практичних завдань з дисциплін спеціальності «Маркетинг» та вказують на необхідність створювати умови для посилення такої складової навчального процесу як самостійна робота студентів з метою підвищення їхньої активності у контексті навчального процесу за освітньою програмою «Маркетинг».

На запитання щодо задоволення здобувачів вищої освіти освітньої програми «Маркетинг» потребам та інтересам:

74,1% зазначили про повну відповідність;

14,2% зазначили, що більшою мірою задовольняє їхні потреби та інтереси;

11,7% визначили, що їхні потреби та інтереси задовольняються частково.

Відповіді на запитання №13 показують, що освітнє середовище за спеціальністю ОПП «Маркетинг» задовольняє їх потреби та інтереси, проте для більшості з них це відбувається повною мірою, а для 14,2% – більшою мірою. Кількість здобувачів, рівень задоволення потреб та інтересів яких задовольняється частково, є відносно невеликою.

На запитання щодо можливості реалізації власного права на реалізацію самостійного вибору освітніх компонентів та ознайомлення із навчальним контентом освітніх компонентів вільного вибору студента за спеціальністю:

100 % зазначили про повну реалізацію власного права.

Відповіді на запитання №14 показують, що здобувачі вищої освіти за спеціальністю ОПП «Маркетинг» мають можливість повної реалізації власного права самостійно обирати освітні компоненти та ознайомлюватися з навчальним контентом освітніх компонентів вільного вибору студента за спеціальністю.

На запитання щодо оцінювання знань викладачами навчальних досягнень студента:

94,1% зазначили про об'єктивність оцінювання викладачами досягнень;

5,8% вказали на більшою мірою об'єктивне оцінювання.

Відповіді на запитання №15 демонструють, що процедура оцінювання викладачами навчальних досягнень здобувачів ОПП «Маркетинг» є об'єктивною та справедливою. Лише один студент зазначив, що оцінювання знань є більшою мірою об'єктивне.